

STRATEGIE DE L'ASSOCIATION DE LA REGION DU GROS-DE-VAUD

PERIODE 2023-2026

Sommaire

INTRODUCTION	3
1. Contexte	3
2. Bilan de la période 2016-2020	3
3. Planifications de référence et convention.....	5
3.1. La politique d'appui au développement économique.....	5
3.2. La loi sur l'appui au développement économique.....	5
3.3. Le Plan Climat Vaudois	6
3.4. Une convention	6
3.5. Un système de gestion des zones d'activités	6
4. Positionnement et projets régionaux	6
4.1. Le développement d'un réseau de centres	6
4.2. Un renforcement des structures de promotion de l'économie régionale	6
4.3. Un repositionnement touristique et culturel.....	7
4.4. Un PDRA et un Espace du Blé et du Pain	7
4.5. Une identité nouvelle et fédératrice.....	7
5. Enjeux.....	8
A. Un territoire à réorganiser et à soutenir	8
B. Une économie en mutation	9
C. Ressources régionales.....	10
D. Une offre touristique et culturelle coordonnée	11
E. Transition énergétique et préservation de l'environnement.....	12
F. Cohésion régionale	13
G. Une gouvernance adaptée, une communication renforcée et une identité régionale forte	13
6. Synthèses des objectifs.....	15
7. LADE et aides publiques	15
8. Facteurs externes d'influence.....	16
9. Modalités de mise en œuvre	17
9.1. Gouvernance.....	17
10. Conclusion	20
ANNEXES.....	21
Tableaux des prestations.....	21
Comparaison des financements des organismes régionaux Vaudois.....	49
Glossaire.....	51

INTRODUCTION

L'Association de la Région du Gros-de-Vaud (ARGdV), qui a fêté ses 35 ans en 2023, est l'organisme de développement régional du district du même nom. Regroupant les 35 communes du district du Gros-de-Vaud (2022), elle a vu augmenter le nombre de ses membres privés de plus de 80% ces cinq dernières années pour atteindre près de 190 entreprises, commerces, associations ou particuliers en janvier 2023.

Le but de l'Association est de renforcer l'identité régionale à travers le développement des activités économiques, touristiques, culturelles, sociales et celles liées à l'aménagement du territoire. De nouvelles thématiques comme le sport, la jeunesse et l'énergie ont également fait leur apparition ces dernières années. Elle a également pour objectif de coordonner les actions intercommunales tout en demeurant à l'écoute des entreprises et des habitants du Gros-de-Vaud afin de répondre à leurs besoins.

Reconnue par le Service de la Promotion de l'Economie et de l'Innovation (SPEI) comme le partenaire du soutien à l'économie régionale, l'ARGdV est la porte d'entrée des aides publiques pour les projets régionaux en lien avec sa stratégie. Enfin, et pour atteindre ses objectifs, l'Association s'est progressivement dotée des ressources nécessaires constituées à ce jour (2022) de sept personnes pour 4.2 ETP.

1. Contexte

Depuis maintenant une dizaine d'années et en tenant compte de la complexité croissante de la gestion d'un territoire, l'Association, qui peut être considérée comme le premier échelon de coordination des diverses politiques publiques, cherche à favoriser les conditions cadres d'un développement favorable à une économie régionale équilibrée et dynamique. Les exceptionnelles années coronavirus de 2020 et 2021 ont questionné le rôle de l'Association dans ses actions de soutien à une économie de proximité et à un tissu économique composé de près de trois milles entreprises, actives dans tous les secteurs d'activités, qui la font vivre et rayonner au-delà de ses frontières.

De plus, les mouvements sociétaux de transition vers une économie plus durable et la situation économique post-covid pousse chacun à des changements d'habitudes dans l'organisation du travail (télétravail, espaces de coworking, temps partiel), ou dans la mobilité individuelle (transports publics, mobilité douce, covoiturage). Mais si le coronavirus a mis l'économie sous pression, il a également mis en évidence quelques opportunités comme une redécouverte des destinations touristiques de proximité, des circuits courts favorables aux produits régionaux et une revalorisation des entreprises de qualité installées dans le Gros-de-Vaud.

Enfin, pendant la période 2016-2020, la commission Tourisme et Culture a pris le temps de faire un bilan de ses activités et de redéfinir ses axes stratégiques parmi lesquels figurent les valeurs du Gros-de-Vaud. Les concours pour un slogan régional et un visuel associé, réalisés au printemps 2020, ont débouché sur un nouveau graphisme que le comité de l'ARGdV a choisi de décliner en une marque Gros-de-Vaud, développant ainsi une identité régionale.

2. Bilan de la période 2016-2020

Réorganisée en profondeur en 2016, la stratégie régionale pour la période 2016-2020 relevait des enjeux principalement liés à une évolution démographique importante et un nombre de nouveaux emplois stagnants. Afin d'éviter que ce territoire ne devienne qu'un périmètre dédié à l'habitat, avec une majorité de ses résidents travaillant à l'extérieur du district renforçant encore plus les difficultés liées à la mobilité, l'objectif général s'est alors concentré sur la stabilisation du ratio entre les emplois et les habitants du Gros-de-Vaud, le plus faible du Canton en 2015.

Pour atteindre cet objectif, l'ARGdV avait prévu des actions interconnectées et interdépendantes, ventilées en trois axes que les commissions thématiques devaient se charger de concrétiser.

A. Le développement économique (commissions Economie, Tourisme & Culture et Agriculture)

Impacts visés :

- ✓ Stabilisation du ratio emplois/habitants et renforcement du tissu économique du Gros-de-Vaud
- ✓ Augmentation du nombre de visiteurs dans le Gros-de-Vaud et valorisation de l'économie touristique
- ✓ Amélioration de la valeur ajoutée des produits régionaux

B. Le développement régional (commissions Territoire & Mobilité, Energie et Sport & Jeunesse)

Impacts visés :

- ✓ Amélioration de la mobilité régionale et stabilisation du ratio emplois/habitants
- ✓ Diminution des consommations d'énergie et valorisation des énergies renouvelables
- ✓ Valorisation du rôle d'intégration des activités sportives régionales et augmentation du nombre des 25-35 ans dans les structures de l'ARGdV

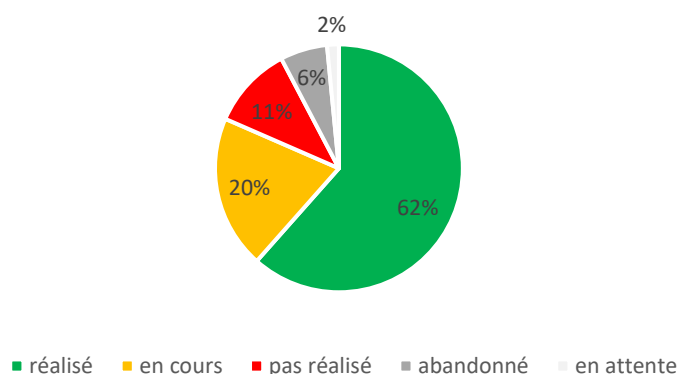
C. Le développement de la gouvernance et de la communication (commission Communication)

Impacts visés :

- ✓ Amélioration de la coordination des activités de l'ARGdV à l'interne et à l'externe
- ✓ Renforcement de l'image de l'ARGdV
- ✓ Progression de la visibilité des actions de l'ARGdV

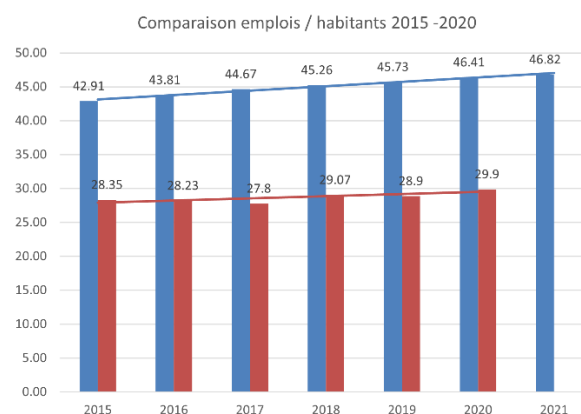
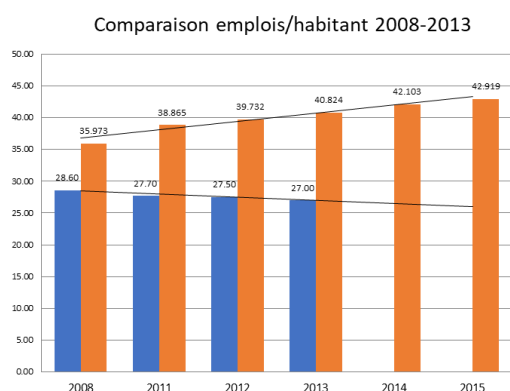
Au final, sur les 19 mesures et les 67 prestations reconnues, on constate que 81% des actions prévues ont été réalisées ou sont en cours de l'être, ce qui conforte la pertinence des mesures proposées pour la période sous revue.

synthèse des mesures



Les 11% qui n'ont pas été réalisées le sont généralement pour cause de priorisation différée ou non pertinente. Elles devront être réanalysées à la lumière des objectifs de la prochaine période. Si 6% ont été abandonnées, c'est qu'elles n'étaient finalement pas justifiées ou que les conditions n'ont pas permis de les prendre en compte. Enfin 2% sont en attente, principalement parce que portées par d'autres acteurs.

Avec comme objectif principal d'améliorer le ratio emplois/habitants, le résultat global des actions menées entre 2016 et 2020 a porté ses fruits.



En comparant ces deux graphiques, on constate, non seulement que le ratio s'est stabilisé entre 2013 et 2020, mais que la tendance est même à une amélioration.

3. Planifications de référence et convention

La structure et le contenu de la stratégie de l'ARGdV répondent à des planifications de différents niveaux, aux attentes des communes et des entreprises qui la constituent et aux évolutions sociétales traduites dans différents engagements cantonaux.

3.1. La politique d'appui au développement économique

La PADE définit les priorités de l'action cantonale dans le cadre de la loi sur l'appui au développement économique (LADE). Pour la période 2020-2025, la PADE veut favoriser une économie sobre en carbone, encourager sa transition vers une durabilité accrue et une adaptation aux changements climatiques. Elle accompagne en trois axes les acteurs économiques régionaux face aux défis de la digitalisation, de l'économie collaborative mais aussi face aux défis des nouvelles réglementations :

Entreprises : Aides aux projets d'entreprises actives dans le secteur des cleantech (l'un des 8 secteurs économiques prioritaires).

Economie des régions : Aides aux projets régionaux s'inscrivant dans une démarche de développement durable (p. ex. projets-pilotes collaboratifs en matière de combinaison tourisme durable-mobilité douce, circuits courts, œnotourisme, agritourisme, ...). Aide à la filière bois : valorisation de l'utilisation du bois local et durable (mise en réseau d'entreprises, soutien aux scieries, ...), et contribution à la réduction du transport routier des matériaux de construction.

Promotion/Marque VAUD+ : Label de produits certifiés VAUD+, promotion des produits issus de l'agriculture de proximité, développement de la consommation de produits locaux, sensibilisation du public vaudois.

3.2 La loi sur l'appui au développement économique

La LADE a pour but de soutenir la promotion et le développement économique du Canton et des régions propres à maintenir ou créer de la valeur ajoutée. Pour bénéficier de la LADE, le projet doit pouvoir être mis en lien avec les stratégies régionales établies par l'association régionale sur le territoire de laquelle prend place le projet et répondre au moins à un des objectifs suivants :

- Identifier ou exploiter les potentiels économiques et territoriaux de la région
- Augmenter l'attractivité de la région
- Favoriser les implantations et le développement d'activités économiques dans la région

- Mettre à disposition des équipements de qualité
- Développer et mettre en œuvre de nouveaux produits, équipements et canaux de distribution et de communication
- Améliorer la qualité des prestations existantes
- Créer des structures d'organisation plus efficaces.

3.3. Le Plan Climat Vaudois

Inscrit dans la lignée des engagements internationaux pris par la Confédération dans le cadre de l'Accord de Paris, le Conseil d'Etat a adopté en juin 2020 le Plan climat Vaudois première génération. Articulé autour de trois axes stratégiques, réduire des émissions de gaz à effet de serre, adapter les systèmes naturels et humains et documenter les effets des mesures prises et l'impact des changements climatiques sur le territoire, ce plan requiert l'implication des entreprises, des communes et des citoyens.

3.4. Une convention

Régulièrement renouvelée, une convention entre les organismes régionaux et le DEIS définit les prestations attendues par l'organisme régional. Une révision de cette convention est prévue en 2023.

- Faire office de guichet d'entreprises
- S'impliquer dans la politique des pôles de développement
- Rédiger une stratégie régionale
- Soutenir les projets régionaux
- Veiller et coordonner les politiques publiques
- Etablir un suivi des prestations réalisées par l'organisme régional

3.5. Un système de gestion des zones d'activités

Conformément à l'ordonnance sur l'aménagement du territoire, la délimitation de nouvelles zones d'activités économiques requiert l'introduction par le Canton d'un système régional de gestion des zones d'activités (SRGZA)

Elaboré entre 2020 et 2022, le SRGZA du Gros-de Vaud définit les besoins et les types de zones d'activités dans lesquelles les nouveaux emplois seront susceptibles de s'installer à l'horizon 2040. L'ARGdV est appelé à jouer un rôle central de coordination régionale dans sa mise en œuvre, positionnant ainsi l'Association comme un partenaire un portant dans le développement de l'économie du Gros-de-Vaud.

4. Positionnement et projets régionaux

En complément aux planifications de rang supérieur, la stratégie régionale est définie par les attentes des membres de l'Association et par les visions de son comité.

4.1. Le développement d'un réseau de centres

Entre 2018 et 2019, l'ARGdV a rencontré les municipalités et organisé différents ateliers. Afin de reconnaître l'ARGdV comme un acteur incontournable, cinq rencontres ont été organisées avec comme objectif de définir des projets pour renforcer le chef-lieu, les centres régionaux et locaux, renforcer l'identité régionale, identifier et renforcer les relais internes et externes et améliorer la visibilité des actions régionales à l'interne comme à l'externe.

4.2. Un renforcement des structures de promotion de l'économie régionale

Avec comme but de réunir les entreprises de l'artisanat, du commerce, de l'industrie et des professions libérales et de coordonner les efforts de ses membres pour la sauvegarde de leurs intérêts communs, la Société Industrielle et Commerciale (SIC) du Gros-de-Vaud menait depuis de longues années ses activités

propres et l'organisation du Comptoir régional d'Echallens, mais avec deux comités et deux comptabilités séparées. Cette structure complexe était difficilement compréhensible pour les non-initiés.

Depuis quelques années aussi, des discussions entre le comité de la SIC et la commission économie de l'ARGdV cherchaient des synergies entre les deux structures pour renforcer l'efficacité des actions de soutien et de promotion de l'économie du Gros-de-Vaud.

Le 28 septembre 2020 les membres de la SIC ont voté à l'unanimité le transfert des actifs et passifs de la SIC au fonds économie de l'ARGdV et la fusion de la SIC avec une nouvelle entité, l'Association Comptoir Régional d'Echallens (ACRE), créant ainsi une structure indépendante pour le comptoir.

Au niveau local, l'Association des commerçants d'Echallens, seule structure indépendante de ce type dans le Gros-de-Vaud, s'est rapprochée de l'ARGdV pour évaluer les actions à mener au bénéfice de ses membres.

Ces changements et ses réflexions visent à redynamiser l'économie locale en développant les liens de l'ARGdV avec les commerces et l'artisanats, représentants de nombreux emplois à soutenir pour conserver et/ou renforcer la vitalité des centres.

4.3. Un repositionnement touristique et culturel

Au printemps 2019, la commission Tourisme et Culture, accompagnée d'autres acteurs régionaux, ont fait un état des lieux des activités touristiques dans le Gros-de-Vaud et ont redéfini les enjeux et les axes de développement du tourisme régional. Pour compléter les nombreuses activités existantes, la commission a choisi de travailler sur la définition d'un message (identité), la coordination et la promotion des actions et des acteurs du tourisme. Enfin, et après avoir été sollicitée par différents acteurs culturels, la commission, sur mandat du comité, a lancé début 2022 une réflexion visant à appuyer les nombreux acteurs régionaux en fonction de leurs attentes et de leurs besoins.

4.4. Un PDRA et un Espace du Blé et du Pain

Afin de renforcer et améliorer les plus-values de la filière céréalière et de ses nombreux produits auprès des habitants de la région et des consommateurs, l'ARGdV a débuté fin 2019 un projet de développement régional agricole (PDRA). En complément aux investissements nécessaires chez différents acteurs de l'économie agricole, le projet prévoit la réalisation d'un véritable Espace du Blé et du Pain qui regroupera sur un seul site des activités de transformation primaires et secondaires, une maison du Terroir, une boutique, le musée suisse du blé et du pain, une salle de conférence et un point d'informations touristiques.

4.5. Une identité nouvelle et fédératrice

Une marque pour cultiver les valeurs de notre région. La région du Gros-de-Vaud, regorge d'un riche patrimoine économique, culturel et naturel. Afin de valoriser ce territoire parfois moqué, l'ARGdV a lancé en 2021 la marque Gros d'Vaud. Parce que ses acteurs, ses habitants sont fiers de leur terroir, aiment y vivre et/ou y travailler, il est important pour l'ARGdV de rendre visible ce coin de pays.

La marque Gros d'Vaud se veut également être le porte-parole de la région. Elle devient le référent territorial, fédère et propage une image positive et stimulante de la région, de ses acteurs, de ses activités et de ses habitants. Elle met en valeur notre terroir, notre savoir-faire et notre patrimoine à travers ces composantes humaines et rallie les acteurs économiques, institutionnels, sportifs et culturels dans le but de créer une communauté soudée.



5. Enjeux

Précédemment, les axes stratégiques étaient regroupés en trois groupes (développement économique, développement régional, gouvernance et communication). Toujours basée sur l'existence de commissions thématiques permanentes, la structure de la stratégie 2023-2026 évolue pour une meilleure prise en compte des enjeux décrits ci-dessous.

A. Un territoire à réorganiser et à soutenir

Les périmètres de l'Office Fédéral des Statistiques (OFS), utilisés par le Projet d'agglomération Lausanne-Morges (PALM) et principalement piloté par le Canton, imagine le Gros-de-Vaud comme la soupape de l'agglomération pour une densification le long des axes structurants de transports publics. Le PA 5 permettra d'identifier dans notre territoire des projets (principalement liés au report modal) utiles à l'agglomération et plus particulièrement son périmètre compact (18 communes). Les sites d'Echallens et Penthelaz constitueront ainsi des centres d'intérêts pour le PALM au titre du transfert modal, ce que confirme déjà l'étude des P+R réalisée en 2022. Cet intérêt pour la partie Sud du Gros-de-Vaud permettra de développer les infrastructures de mobilité, mais on peut dès lors facilement prévoir que les marges de manœuvres régionales en termes d'aménagement et d'économie auront tendance à disparaître au profit de l'agglomération.

Avec un projet de gymnase, l'arrivée d'un centre de formation des métiers du bâtiments (FVE) et l'ambition d'un Espace du blé et du pain, le Gros-de-Vaud doit donc se positionner clairement vis-à-vis de l'Etat et des agglos (Lausanne et Yverdon) comme le porteur de ses intérêts économiques et territoriaux afin d'éviter que les communes jusqu'à Echallens soit considérées comme une banlieue Lausannoise sans marge de manœuvre et que le reste du district ne devienne une réserve sans aucune perspective. Ces projets contribueront ainsi à positionner le Gros-de-Vaud comme un territoire à part entière vis-à-vis de ses voisins de l'agglomération Lausannoise, du nord vaudois et de la Broye. Dans une vision à plus long terme, ce positionnement renforcera l'image de ce territoire, facilitera l'intégration de nouveaux habitants et permettra de rééquilibrer les emplois.

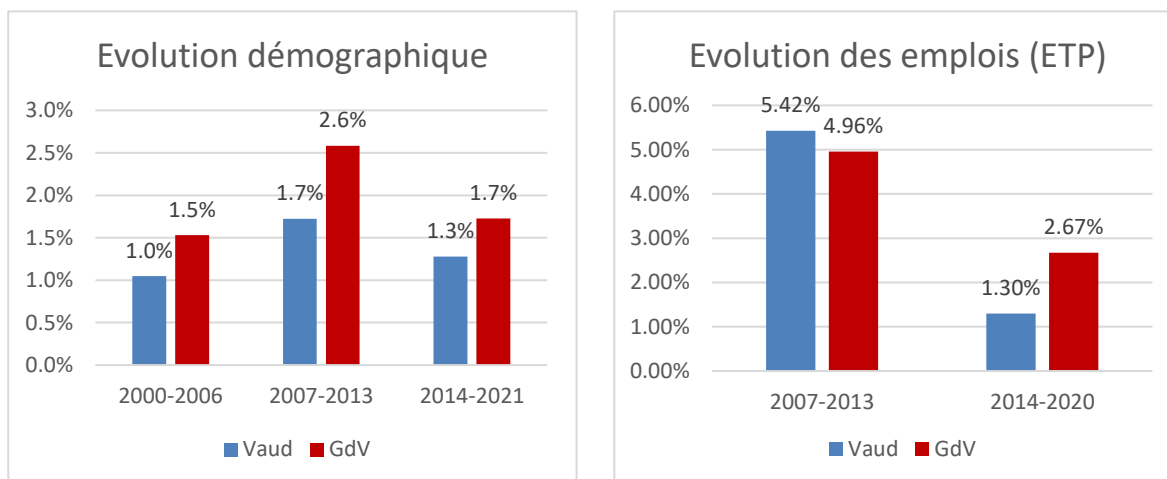
Forces	Faiblesses
Attractivité du territoire Proximité des agglomération Lausannoise et Yverdonnoise et des principaux centres romands (Neuchâtel, Fribourg) Vie associative et culturelle Axes de TP forts (LEB, 60tl, CFF pied du Jura)	Nombreux pendulaires Faible fréquentation des commerces en centralité Infrastructures touristiques et culturelles peu nombreuses Services à la population inégaux Nombreuses petites communes Faible réseau de mobilité douce
Opportunités	Menaces
Gymnase et centre de formation des métiers du bâtiments (FVE) à Echallens Développement des TP en étoile autour d'Echallens (accès gymnase et centre FVE) Désenclavement des TP vers le Nord Projet de réseaux de centres pour maintenir et renforcer les commerces de proximités	Désertification des centres (fermeture des commerces et délocalisation de sociétés de services) Perte d'autonomie au profit des agglomérations Inéquité entre les communes intégrées dans le périmètre PALM et les autres Orientation des TP uniquement vers le Sud

Axe A	Organiser et soutenir un territoire
Objectifs :	1.1 Concevoir et mettre en œuvre un réseau de centres (bassins de vie) 1.2 Améliorer l'offre et l'accessibilité des transports publics 1.3 Déployer des solutions de mobilité d'entreprises 1.4 Développer un concept régional de mobilités douces

B. Une économie en mutation

Dans le Gros-de-Vaud, après une évolution démographique largement supérieure à celle du Canton pendant la période 2007-2013 (2.6% VS 1.7%), un tassement a été constaté entre 2014 et 2021 (1.7% VS 1.3%) qui devrait se stabiliser dans les années à venir.

Pour les emplois, alors que le Gros-de-Vaud ne représente que 3.6% des emplois cantonaux (2020), l'évolution entre 2014 et 2020 démontrent une vitalité régionale nouvelle (+2.7%GdV VS +1.3%VD). Si on peut raisonnablement penser que cette tendance s'est poursuivie jusqu'en 2022, les années post coronavirus seront à suivre de près.



Dans le détail, la vitalité des centres, qu'ils soient locaux ou régionaux, passe en particulier par un urbanisme accueillant et un centre vivant. Avec près de 10% des emplois du Gros-de-Vaud, les commerces, les services à la population et les artisans représentent une part importante des postes de travail et de la vie des bourgs et villages. Afin de soutenir et développer ces activités, l'ARGdV cherche des solutions pour valoriser les structures existantes et partager les bonnes pratiques auprès des autres localités du Gros-de-Vaud. Afin également de renforcer la visibilité et le rôle de l'ARGdV auprès de tous les acteurs économiques, une réflexion sur des prestations et actions différenciées entre le commerce et l'artisanat et l'ensemble des autres activités économiques est en cours.

Les actions de l'ARGdV en faveur de la formation duales réalisées au début des années 2010 visaient à informer les entreprises formatrices des compétences acquises par les élèves de fin de scolarité et à préciser aux enseignants les besoins qu'ont les apprentis pour réussir leur formation. Abandonnées depuis, la présence du centre de formation professionnelle de la FVE à Echallens doit permettre de resserrer les liens entre l'école obligatoire et la formation duale, en particulier pour les métiers de la construction.

Forces	Faiblesses
Evolution démographique régulière Activités économiques diversifiée, dont une grande partie dans les métiers de la construction Infrastructures logistiques importantes dans le bassin de la Venoge Sociétés/entreprises de qualité et reconnues Attractivité du territoire pour son emplacement cantonal central Centre de formation de la FVE Tendances favorables à la création d'emplois	Réserves en zones d'activités affectées inexistantes Pas de coordination de l'immobilier commercial Associations de commerçants mal organisées Absence de hautes écoles ou d'universités
Opportunités	Menaces
Développement des emplois liés aux services à la population	Diminution du volume de travail dans la construction

Environnement cantonal favorable à l'innovation et à la numérisation Développement des activités liées à la transition énergétique et à la décarbonisation Liens et soutiens entre la formation post obligatoire et professionnelle (gymnase-FVE) Gestion des zones et coordination des activités économiques (mise en œuvre du SGZA) Densification des ZA bâties et développement de bâtiments d'accueil d'entreprises et d'espaces de coworking	Fermeture des petits commerces Inadéquation entre les loyers des bâtiments d'accueil et les capacités de financement des entreprises
---	---

Axe B	Développer une économie de réseau
Objectifs :	2.1 Appuyer l'émergence de projets collaboratifs 2.2 Soutenir l'économie de proximité 2.3 Soutenir le développement de la filière bois 2.4 Encadrer les entreprises 2.5 Soutenir la formation professionnelle 2.6 Valoriser et promouvoir les ZA régionales et locales

C. Ressources régionales

L'économie agricole occupe une place importante représentant près de 2/3 du territoire du Gros-de-Vaud. Entre 2020 et 2021, la population confinée a découvert ou redécouvert le commerce de proximité et la production locale, mais dès le retour à la normale, la reprise des déplacements professionnels a vite fait oublier les espaces de ventes directes. Dans ce contexte, l'ARGdV, par un plan de développement agricole (PDRA) porté par des agriculteurs de la région, s'est engagé à mettre en valeur et pérenniser une économie agricole au travers une coordination de la promotion des produits régionaux et l'agritourisme. De plus, la présence importante d'industrie dans la région représente une opportunité quant à la valorisation de la production agricole à l'intérieur même de la région, comme il est nécessaire de vulgariser les enjeux de l'agriculture auprès d'une population qui s'éloigne progressivement de ses origines terriennes. L'ARGdV veut donc vulgariser l'agriculture et créer des liens avec la population, comme valoriser les circuits courts et proposer un Espace du Blé et du Pain comme porte étendard de la filière céréalières et des produits régionaux.

Forces	Faiblesses
Gros-de-Vaud reconnu comme le grenier Suisse du blé et principal producteur d'endives de Suisse Produits régionaux reconnus Existence de marques du terroir (Pain du GdV, Moulin d'Echallens, Petit Encas) Coopérative agricole indépendante (Landi Echallens – 270 membres actifs) Première transformation des céréales (Moulin d'Echallens + paysans meuniers) Musées Suisse du Blé et du Pain Agritourisme comme lien social Fête décennale du Blé et du Pain comme manifestations reconnues et Fournée comme manifestation annuelle Nombreux points de vente à la ferme	Perte de vitesse du Musée Suisse du Blé et du Pain Manque de coordination de la promotion des produits régionaux, d'un espace centralisé et de solutions logistiques Coût élevé de la certification Vaud+ Coûts d'investissements dans les infrastructures élevés
Opportunités	Menaces
Intérêts pour les produits régionaux, les circuits courts et l'agritourisme	Perte d'image du l'Association du Musée du Blé et du Pain

Politique agricole de diversification des activités et de soutien aux plans directeurs régionaux agricoles (PDRA) Regroupement des associations du blé et du pain et de la fête du blé et du pain Réalisation d'un Espace du blé et du pain comme phare de la promotion régionale et de l'agriculture Recréer du lien entre les agriculteurs et la population du Gros-de- Vaud Utilisation de la marque Gros d'Vaud comme visuel fédérateur des produits du Gros-de-Vaud	Abandon du soutien Ofag/DGAV au PDRA GDV Manque de financement et de soutien politique à l'Espace du blé et du pain Volatilité du comportement des consommateurs
--	--

Axe C	Valoriser les ressources régionales
Objectifs :	3.1 Soutenir l'agritourisme et promouvoir les produits régionaux 3.2 Vulgariser et valoriser l'agriculture 3.3 Accompagner les projets agricoles 3.4 Développer la marque régionale

D. Une offre touristique et culturelle coordonnée

Après le passage de l'Office du Tourisme Vaudois (OTV) vers Vaud Promotion, le canton a recentré sa stratégie sur le tourisme durable. Pour Echallens Région Tourisme (ERT), ces changements viennent appuyer une promotion du Gros-de-Vaud ciblée sur un tourisme doux et préservé qui a été (re)découvert pendant les périodes Covid de 2020 et 2021. Afin de rester attractif dans un Canton plutôt compétitif en matière de tourisme, de nouvelles offres doivent régulièrement pouvoir voir le jour.

Bien que souvent méconnues, la région regorge d'activités culturelles. Les ateliers *Culture* du printemps 2022, qui ont réunis des représentants d'un large panel d'activités, ont estimé que le Gros-de-Vaud n'avait pas de besoins particuliers en infrastructure, mais les attentes et les besoins exprimés convergent vers l'organisation, le financement et la promotion d'événements qui complètent toutes les offres touristiques régionales, contribuant ainsi au renforcement de l'intérêt à visiter le Gros-de-Vaud. Des efforts sont donc à faire pour mieux accompagner et promouvoir les nombreuses offres culturelles dans le Gros-de-Vaud.

Forces	Faiblesses
Tourisme doux (nature, culture, patrimoine) Fête décennale du Blé et du Pain. Marchés folkloriques et Rando des Blés comme manifestations reconnues Musée Suisse du Blé et du Pain Activités de loisirs différentes (cabanes dans les arbres, pylône de Sottens) Nombreux km de sentiers pédestres et événements culturels Boucle VTT balisée et partenariat avec le vélo club Echallens Bons accès en TP à Echallens	Taxes de séjour et fonds d'équipement touristique inexistantes A l'exception du musée Suisse du Blé et du Pain, pas d'offre touristique emblématique Très peu d'offre d'hébergement Peu d'accès en TP hors de la ligne du LEB et Penthalaz, en particulier les Week end Manque de coordination des offres culturelles Horaires d'ouverture de l'OT Peu d'offres touristiques dans l'Ouest Baisse du dynamisme touristique 10 ans après la création d'Echallens Région Tourisme Site internet dépassé
Opportunités	Menaces
Commission tourisme et culture dynamique Renouveau dans les collaborateurs et élargissement des horaires d'ouvertures Développement des outils de promotion (BeMobile, plaquette touristique)	Désintérêt des communes pour les activités touristiques (pertes de financements) Désintérêt des porteurs de projets culturels sans coordination régionale

Collaboration avec le parc naturel périurbain et les régions touristiques voisines Projet d'Espace du Blé et du Pain et de promotion des produits régionaux et de l'agritourisme Coordination des projets et offres culturelles	
Axe D	Soutenir et renforcer les offres culturelles et touristiques
Objectifs :	4.1 Coordonner les activités culturelles régionales 4.2 Développer les outils de promotion touristique 4.3 Développer les offres touristiques 4.4 Renforcer la promotion endogène et exogène des offres touristiques et culturelles régionales

E. Transition énergétique et préservation de l'environnement

La succession de situations météorologiques particulières de 2021 et 2022 (inondations, bulles de chaleur, orages violents) font dire au dernier rapport du GIEC publié le 09 août 2021, que les scénarios catastrophes imaginés pour vers 2050 s'accélèrent. Les enjeux du plan climat cantonal prennent ainsi de l'importance et le rôle des communes – entre autres – pour limiter les conséquences du réchauffement climatique sont à considérer. Consciente de ces enjeux, l'ARGdV souhaite donc soutenir la transition énergétique et la préservation de l'environnement auprès de ses membres et de la population du Gros-de-Vaud. A l'image d'une stratégie de décarbonisation des TP par les tl ou de la Romande Energie, ces développements favoriseront les actions nécessaires à une transition énergétique et climatique cohérente.

Forces	Faiblesses
Composition de la commission énergie et environnement Reconnaissance par la population du travail de vulgarisation et d'organisation d'événement thématiques	Faible sollicitation des compétences de la commission
Opportunités	Menaces
Développement de la production énergétique renouvelable Appui à la mise en œuvre du plan climat cantonal Collaboration avec l'agriculture régionale pour lutter contre les changements climatiques Valorisation des emplois liés à la transition énergétique	Renforcement du dérèglement climatique et des situations de crise
Axe E	Appuyer la transition énergétique et préserver l'environnement
Objectifs :	5.1 Diminuer la consommation d'énergie et augmenter la part d'énergies renouvelables 5.2 Lutter contre le changement climatique 5.3 Préserver et renforcer la biodiversité

F. Cohésion régionale

En cohérence avec la volonté de clairement positionner le Gros-de-Vaud sur la carte cantonale, existe la nécessité de faciliter l'intégration des nouveaux habitants venus rechercher le calme de la vie hors agglomération tout en souhaitant bénéficier des services des grandes villes. De plus, le développement des axes structurants de mobilité, qui facilitent les déplacements, génèrent parfois et en contrepartie des incivilités.

Pour ne pas laisser certaines situations dégénérer, l'ARGdV, accompagné par le Canton (direction générale de l'enfance et de la jeunesse), a fait une analyse de la situation et cherché à connaître les besoins des communes en matière de gestion des incivilités ou de soutien aux activités de jeunesse. Enfin, avec l'important développement de sa population de ces dix dernières années, les infrastructures pour les sociétés locales et sportives sont à la traîne. L'ARGdV souhaite une vision coordonnée des projets d'infrastructures régionales et soutenir les projets qui permettent de compléter l'offre le territoire. Les activités sportives sont parties prenantes du ciment social et du vivre ensemble

Forces	Faiblesses
Agritourisme comme lien social Fête décennale du Blé et du Pain, Marchés folkloriques, Rando des Blés et Fournée comme manifestations fédératrices Expérience de la démarche de soutien aux activités de jeunesse (PRéSAJ) Base de données des sociétés sportives régionales	Manque d'infrastructures régionales adaptées aux besoins Actions régionales subsidiaires
Opportunités	Menaces
Création d'un fonds d'investissement régional Mise à disposition d'infrastructures sportives permettant des manifestations d'envergure Soutien aux activités de jeunesse Appui aux mesures contre les incivilités Projet Gros-de-Vaud bouge	Désintérêt des communes et/ou des services de l'Etat concernés par le financement d'infrastructures cantonales
Axe F	Consolider la cohésion régionale
Objectifs :	6.1 Soutenir les activités de la jeunesse 6.2 Soutenir, promouvoir et renforcer la réalisation d'offres sportives et de mixité sociale

G. Une gouvernance adaptée, une communication renforcée et une identité régionale forte

Pour mener à bien la stratégie régionale, l'administration de l'ARGdV, par opportunité, s'est réorganisée début 2021 avec des compétences spécifiques (comptabilité, communication), mais l'accueil des nouveaux emplois, le pilotage des organes de gestion des zones d'activité et la mise en œuvre du PDRA sont de nouvelles activités qui peuvent surcharger les ressources internes. De plus, sollicitée par la DGTL pour le SGZA, la DGMR pour les P+R, les TP et la mobilité douce, la DGAV pour le PDRA et pour répondre aux développements des activités touristiques, des discussions quant au financement des ressources internes pour répondre à ces demandes doivent être menées.

Pour atteindre les objectifs, une redéfinition du rôle des présidents de commissions permanentes, un renforcement de l'équipe opérationnelle par des postes fixes ou temporaires et une adaptation des ressources financière sont à envisager. De plus, pour fédérer les communes et la population autour de l'ARGdV, une présence décentralisée est à développer en collaboration avec les communes, les réseaux de centres et par opportunité sectorielle.

Enfin, depuis son lancement, la marque Gros d'Vaud fait son chemin. Son visuel et son graphisme moderne font des émules et sont repris progressivement par les communes, des associations ou des entreprises dans leur communication. Cet intérêt grandissant se confirme auprès de différents acteurs, notamment le Pain du Gros-de-Vaud, qui a revu son logo par une déclinaison de la marque, mais également au travers du projet de PDRA pour la promotion des produits et pour le projet de l'Espace du blé et du pain. Bientôt 15 ans après la création du district du Gros-de-Vaud, la marque Gros d'Vaud permet de rassembler ses habitants et de développer une identité régionale et un sentiment de fierté dans ce coin du Canton.

Forces	Faiblesses
<p>Périmètre de gouvernance bien défini regroupant les activités territoriales et économiques Organisme de développement régional reconnu (communes, canton) Office du tourisme régional reconnu comme l'outil de promotion touristique de l'ARGdV Engagement du monde associatif au service de prestations d'intérêt général et économique (cinéma, Espace Culturel Assens, ...) Nombreuses compétences thématiques dans les commissions permanentes Marque Gros d'Vaud comme ciment de l'identité régionale</p>	<p>Faible représentation et connaissance de l'ARGdV dans les différents bassins de vie Faible sentiment d'appartenance au périmètre Gros-de-Vaud de quelques communes Difficultés liées à la disparité des communes (finances notamment) Dispersion du fonctionnement interne Outils de communication dispersés (utilisation des réseaux sociaux, sites internet, publications, ..)</p>
Opportunités	Menaces
<p>Valorisation et poursuite du déploiement de la marque Gros d'Vaud Redéfinition et pérennisation de l'organisation interne (gestion, communication, promotion, ..) Augmentation des heures d'ouverture de l'OT Resserrement des liens avec le musée suisse du Blé et du pain Redéfinition de la convention avec le DEIEP Adaptation des ressources nécessaires</p>	<p>Surcharges des ressources internes liées à la gestion des commissions permanentes, la mise en œuvre des organes de gestion des zones d'activité, la coordination des activités culturelles et de promotion des produits régionaux Sollicitations de services de l'Etat pour des projets supra communaux (DGTL pour le SGZA, la DGMR pour les P+R, les TP et la mobilité douce et par la DGAV pour le PDRA)</p>
Axe G	Renforcer la gouvernance, la communication et l'identité régionale
Objectifs :	<p>7.1 Adapter l'organisation, les ressources et les compétences internes 7.2 Développer l'utilisation et promouvoir la marque Gros d'Vaud 7.3 Pérenniser la communication numérique 7.4 Valoriser les membres et les actions de l'ARGdV</p>

6. Synthèses des objectifs

Compte tenu des enjeux ci-dessus, l'objectif prioritaire de l'ARGdV pour la période 2023-2026 est :

Affirmer un positionnement régional claire, ambitieux et compétitif

Pour atteindre cet objectif, les actions à mener sont réparties en sept axes que les commissions thématiques se chargent de concrétiser, traduisant ainsi les impacts visés au travers de modèles d'efficacité.

- A. Organiser et soutenir un territoire (Territoire et Mobilité)
- B. Développer une économie de réseau (Economie)
- C. Valoriser les ressources locales (Agriculture)
- D. Soutenir et renforcer les offres culturelles et touristiques (Tourisme et Culture)
- E. Appuyer la transition énergétique et préserver l'environnement (Energie et Environnement)
- F. Consolider la cohésion régionale (Cohésion régionale)
- G. Renforcer la gouvernance, la communication et l'identité régionale (secrétariat régional)

7. LADE et aides publiques

La loi confère aux régions, via leur association régionale, des responsabilités en matière de promotion économique, de développement et de soutien de projets régionaux. Les dispositions relatives aux aides financières sont régies par la Loi sur l'Appui au Développement Economique (LADE), entrée en vigueur en 2008.

Ces aides sont disponibles pour tout projet dont les effets se produisent dans une commune membre d'une association régionale. Le projet doit pouvoir être mis en lien avec la stratégie régionale établie par l'association régionale sur le territoire de laquelle prend place le projet.

Seules habilitées à transmettre les demandes de soutien pour les projets régionaux, les associations régionales sont liées au Service de la Promotion de l'Economie et de l'Innovation (SPEI) par une convention qui précise:

- les modalités de calcul et le montant de l'aide à fonds perdu pour le fonctionnement de l'organisme régional (art. 17 LADE et art. 5 LPR),
- les charges et les conditions d'utilisation de la subvention,
- les modalités de contrôle, de reporting et d'évaluation de l'utilisation de la subvention
- les principes de collaboration entre l'organisme régional, le SPEI et, par ce biais, la Direction des Projets Territoriaux (DIP).

La stratégie de l'ARGdV propose diverses actions visant au développement du Gros-de-Vaud, mais seules celles qui répondent aux conditions de la LADE permettent l'obtention d'aides publiques.

8. Facteurs externes d'influence

Les facteurs externes d'influence sont des éléments clés de succès ou d'échec, que les responsables de la mise en œuvre ne peuvent pas (ou peu) influencer. Selon leur évolution, ils peuvent favoriser l'atteinte des objectifs et résultats attendus ou les transformer en échecs. Il est important de les connaître et d'en tenir compte à tout moment de la planification et de la mise en œuvre. Ils sont énumérés ci-dessous :

Facteurs externes d'influence pour l'objectif général

- Conscience des communes membres de l'intérêt régional et volonté politique de participer à un effort de solidarité régional
- Conscience et acceptation des enjeux environnementaux dans le choix au soutien des emplois durables

Facteurs externes d'influence pour la mise en œuvre

Organiser et soutenir un territoire

- Compréhension des enjeux et des intentions régionales et volonté politique de s'impliquer dans une vision supra communale
- Compréhension et volonté des communes de renforcer les centres comme bassins de vie
- Stratégie cantonale de mobilité fermée
- Vision, disponibilité et volonté des prestataires de transports publics

Développer une économie de réseau

- Evolution de la conjoncture économique et des habitudes de consommation
- Intérêt et implication des entreprises dans la prise en compte des enjeux environnementaux et climatiques
- Revirement dans la politique cantonale de formation professionnelle

Valoriser les ressources régionales

- Préavis négatif de l'Ofag au projet d'Espace du blé et du pain

Soutenir et renforcer les offres culturelles et touristiques

- Désintérêt d'un soutien régional à la culture
- Désintérêt des enjeux économiques du tourisme par ses acteurs et la population.
- Situation économique difficiles imposant des priorisations de financement

Appuyer la transition énergétique et préserver l'environnement

- Crises géopolitiques
- Stratégies politiques dogmatiques

Consolider la cohésion régionale

- Différence des attentes entre les communes
- Concrétisation d'un fonds d'investissement régional

Renforcer la gouvernance, la communication et l'identité régionale

- Manque d'engagement dans le relais des informations de l'ARGdV
- Difficulté organisationnelle de gérer de trop nombreuses séances de commission ou sous-commission
- Désintérêt du déploiement de la marque Gros d'Vaud
- Frein au renforcement des ressources financière et humaines
- Disponibilité des divers soutiens financiers :
 - SPEI - Loi sur l'appui au développement économique (LADE) et convention avec les Régions
 - DGTL, DFMR, DGAV – participation aux financements des ressources de l'ARGdV
 - Communes : participations à des projets spécifiques
 - Partenaires : participations à des projets spécifiques

9. Modalités de mise en œuvre

9.1. Gouvernance

En automne 2022, une introspection du fonctionnement du secrétariat régional a mis en lumière un fonctionnement interne qui est passé en quelques années d'une organisation avec une seule personne à une équipe de sept. La réflexion sur les nombreuses petites tâches et sur l'attribution de la bonne activité à la bonne personne doit permettre d'améliorer l'efficacité du travail.

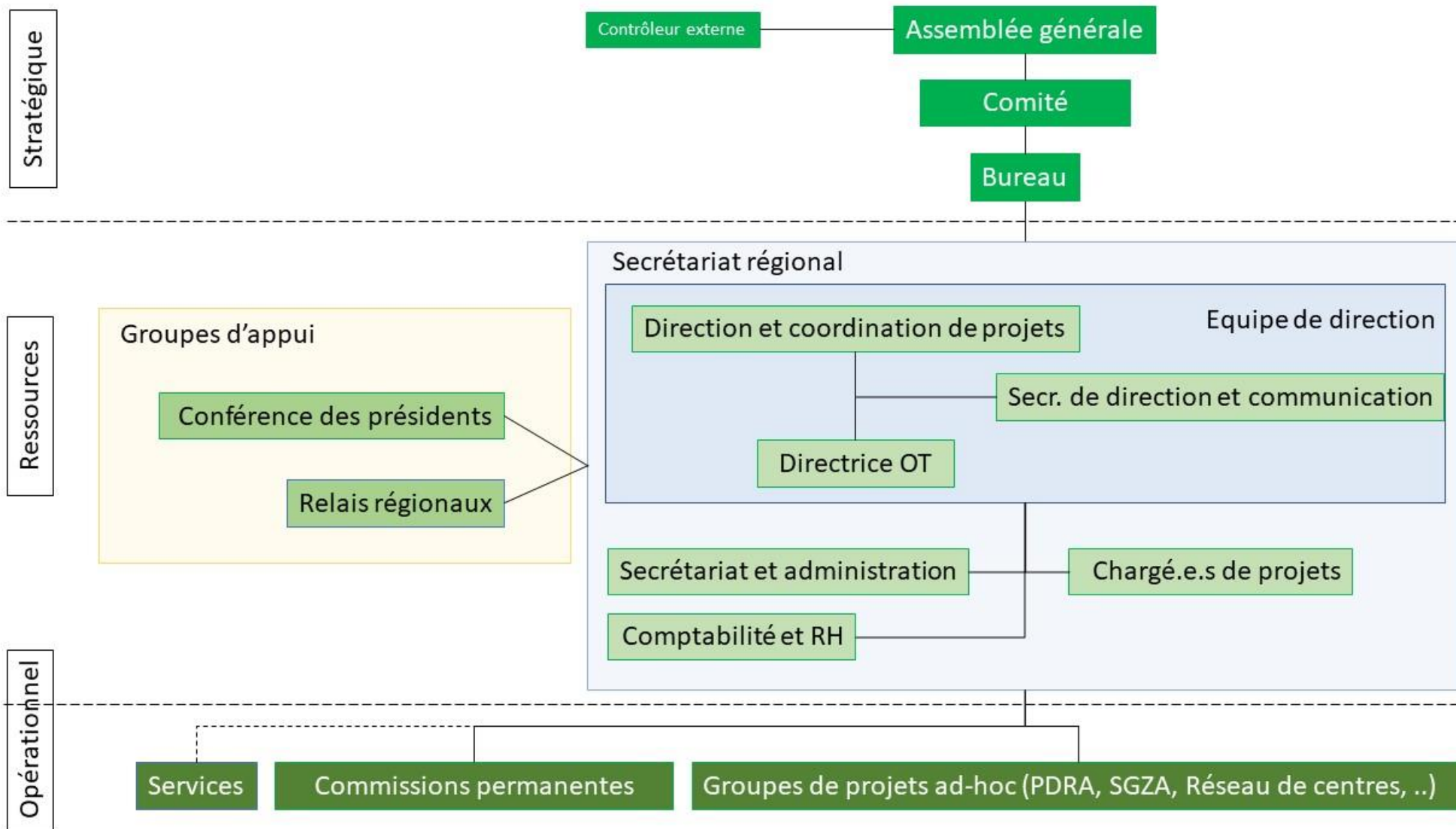
L'analyse du fonctionnement a également permis de se poser la question du rôle des commissions permanentes et par conséquent de celui des présidents de commission. A la fois membre du comité (stratégique) et pilote de projets dans une commission (opérationnel), le rôle du président de commission peut sembler inadapté. Un abandon des commissions thématiques remplacé par une organisation par projet a été envisagée, mais si ce mélange entre le stratégique et l'opérationnel peut sembler problématique, il fonctionne et est souhaité. Le choix de maintenir des commissions permanentes est justifié par la transmission de l'historique des actions menées et leurs fonctions de relais auprès des autorités, de l'économie et des différentes zones géographiques du territoire.

Sur ces bases, les deux assemblées générales de l'Association, les huit à dix séances de comité et celles du bureau sont maintenues, Mais la gouvernance de l'association est complétée dès 2023 de la manière suivante :

- Nombre de projets impliquent de plus en plus souvent plusieurs thématiques transversales. On peut citer les SGZA (économie, territoire, mobilité), le PDRA ou les produits régionaux (agriculture, tourisme) ou encore les réseaux de centres (économie, mobilité, tourisme). Dès lors :
 - Des groupes de projets ad-hoc, pluridisciplinaires ou non, peuvent être créés en complément aux commissions permanentes
 - Pour renforcer la gouvernance de l'ARGdV et améliorer l'efficacité de la mise en œuvre de sa stratégie, une conférence des présidents est instituée. Elle est composée des présidents des commissions permanentes et des groupes de projets ad-hoc et se réunit au moins deux fois par année
- Pour garantir la pérennité de la direction de l'ARGdV, pour rapprocher le tourisme de l'économie et pour s'assurer d'un bon fonctionnement du secrétariat régional, une équipe de direction est créée
- Afin de fédérer les communes et la population, renforcer la reconnaissance et les prestations de l'ARGdV, des relais régionaux décentralisés sont à développer par opportunité sectorielle en collaboration avec les communes dans les différents bassins de vie (infrastructures intercommunales, secrétariat communal, autre...).
- Enfin, des collaborateurs participent à diverses structures indépendantes de l'ARGdV, mais qui contribuent aux buts économiques, agricoles ou touristiques de l'association. Ces services (marchés folkloriques, association des commerçants d'Echallens, Fournée, comptoir d'Echallens, comité d'organisation de diverses manifestations, ...) apparaissent dorénavant dans le descriptif des actions de l'ARGdV et contribuent à faire connaître l'ARGdV et à créer et/ou maintenir des liens au bénéfice de l'ensemble de la région. Ces participations permettent de mettre ces services en lumière et contribuent à renforcer la légitimité de l'ARGdV envers ses membres, les entreprises et la population

Assemblée générale	Attributions selon article 13 des statuts du 20 juin 2017
Comité de direction	Attributions selon article 17 des statuts du 20 juin 2017
Bureau	Attributions selon article 19 des statuts du 20 juin 2017
Conférence des Présidents (nouveau)	⇒ La conférence des Présidents est constituée des présidents des commissions permanentes et des groupes ad-hoc ⇒ Elle débat des projets qui nécessitent des collaborations transversales et/ou multi thématiques

	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Elle appuie le secrétariat régional dans l'organisation et la gestion des projets transversaux ⇒ Elle appuie le secrétariat régional dans la préparation du programme annuel ⇒ Elle accompagne la révision quinquennale de la stratégie régionale <p>Elle se réunit au moins deux fois par an en remplacement d'une séance du bureau.</p>
Equipe de direction (nouveau)	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Une équipe de direction est constituée pour assurer la pérennité du fonctionnement du secrétariat régional ⇒ Elle est composée du directeur de l'ARGdV, de la directrice d'Echallens Région Tourisme (ERT) et d'une adjointe de direction ⇒ Elle assure la suppléance en cas d'absence du directeur
Directrice ERT et chargés de projets	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ La directrice d'Echallens Région Tourisme et les chargés de projets mettent en œuvre les éléments de la stratégie régionale qui leurs sont confiés en collaboration avec les commissions permanentes et les groupes ad-hoc ⇒ Ils collaborent étroitement entre eux et avec l'équipe de direction ⇒ Ils visent en permanence l'efficacité et cherchent à atteindre l'objectif prioritaire de la stratégie régionale en cours
Commissions permanentes	<p>Attributions selon article 22 des statuts du 20 juin 2017</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Territoire et Mobilité ⇒ Economie ⇒ Agriculture ⇒ Tourisme et Culture ⇒ Energie et Environnement ⇒ Cohésion régionale
Groupes de projet Adhoc	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Ils sont constitués par le comité sur proposition de la conférence des présidents en concertation avec l'équipe de direction lorsque les projets l'imposent ⇒ Leur présidence et leur pilotage sont validés par le comité ⇒ Ils se constituent par eux-mêmes en cherchant des membres, prioritairement issus des différentes commissions permanentes
Relais régionaux (nouveau)	<ul style="list-style-type: none"> ⇒ Lorsque les opportunités se présentent, des collaborateurs communaux ou de structures locales sont formés aux objectifs et au fonctionnement de l'ARGdV et en sont les relais régionaux ⇒ Ils sont les antennes et les relais de l'ARGdV ⇒ Ils remontent au secrétariat régional les projets ou questions qui répondent aux mesures de la stratégie en cours
Services	<p>Les collaborateurs de l'ARGdV peuvent collaborer avec d'autres structures qui répondent aux intérêts et aux objectifs de l'ARGdV. On peut notamment citer :</p> <ul style="list-style-type: none"> ⇒ Les Marchés folkloriques ⇒ Le Musée blé et pain ⇒ La Billetterie AAV ⇒ La gestion des caisses Eco manif ⇒ La Fournée ⇒ Le comptoir Echallens ⇒ L'ACE ⇒ L'association du Pain du Gros-de-Vaud <p>Ces participations sont conditionnées à une validation par le comité et font l'objet d'un décompte d'heure spécifique.</p>



10. Conclusion

Trente-cinq ans après sa création (1988 – 2023), l'Association de la Région du Gros-de-Vaud confirme son émancipation et s'engage fermement dans sa vie d'adulte. Après bientôt deux décennies d'augmentation constante de sa population, le Gros-de-Vaud attire maintenant des emplois qui viennent compléter son tissu économique diversifié. Ces emplois, comme les offres touristiques, sportives ou culturelles, contribuent à en faire une région attractive et plus autonome de ses voisins.

Pour consolider cette autonomie et pour affirmer un positionnement clair, ambitieux, compétitif et porteur de ses propres intérêts, l'opportunité passe par une offre en infrastructures et en services performants. Disponibles autour de bassins de vie clairement identifiés, cette offre permettra de répondre aux attentes d'une population bien formée, pour une partie venue chercher le calme en dehors des agglomérations mais voulant bénéficier de tous les services de proximité.

- Après l'arrivée de près de 9300 nouveaux habitants dans le Gros-de-Vaud depuis 2010, il est maintenant temps de consolider les offres en infrastructures et services qui permettront, par un développement régional adapté à chaque bassin de vie, une limitation des déplacements et un renforcement de l'économie locale
- Également 10 ans après, le sondage de 2023 sur la mobilité des habitants informe sur l'évolution des habitudes et sur les axes de développement à prendre en compte. Des concepts de mobilité d'entreprise ou de mobilité douce vont être étudiés
- Si seules quelques communes pourront accueillir des sites stratégiques d'activités (SSDA) ou des zones d'activités régionales (ZAR), chaque commune qui possède une zone d'activité locale pourra autoriser l'extension d'une entreprise en place. De plus, si les zones d'activités représentent environ 40% des emplois (2500) attendus dans le Gros-de-Vaud jusqu'en 2040, l'ensemble des communes devront permettre l'installation hors des zones d'activités des 60% restant (3800)
- Pour répondre aux besoins de la transition énergétique et environnementale, la filière bois et des actions pour diminuer la consommation d'énergie et lutter contre le changement climatique seront promues
- L'encadrement et la promotion des entreprises régionales sera poursuivie, comme le soutien à la formation, garantissant ainsi une main d'œuvre qualifiée et assurant des places d'apprentissages dans le Gros-de-Vaud
- Le soutien aux produits régionaux et à l'agritourisme pourra se renforcer avec un nouvel Espace du Blé et du Pain, devenant ainsi le phare de la promotion régionale auprès des habitants du district comme pour les visiteurs suisses ou étrangers
- Le nouveau cycle à la tête d'Echallens Région Tourisme va permettre de poursuivre la promotion des activités touristiques et culturelles, contribuant à une bonne cohésion entre anciens et nouveaux habitants.
- Afin de consolider la cohésion régionale, le soutien aux activités sportives et à la jeunesse comme la promotion et le renforcement des infrastructures sportives seront poursuivis
- Enfin, une adaptation de la gouvernance, une communication moderne et le développement de la marque Gros de Vaud vont contribuer à la reconnaissance d'une identité régionale forte et dynamique

C'est en visant cet équilibre que l'ARGdV veut mener ses actions.

ANNEXES

Tableaux des prestations

A. Organiser et soutenir un territoire

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
1.1 Concevoir et mettre en œuvre un réseau de centres (bassins de vie)						
1.1.1	Finaliser les enjeux et les objectifs du concept des réseaux de centre		Commission Territoire&mobilité, comité	✓ Les représentants des communes dans la commission ont contribué à l'atteinte de l'objectif	✓ Le rôle de la commission est renforcé	
1.1.2	Diagnostiquer l'offre et analyser les besoins en services et/ou en infrastructures dans les centralités reconnues		Communes, ateliers	✓ L'ensemble des communes se sont fédéré autour des enjeux	✓ Le rôle fédérateur de l'ARGdV est reconnu	Territoire

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
1.1.3	Organiser et prioriser la mise en œuvre des besoins identifiés	SPEI, LADE	Communes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Echallens est reconnue comme un pôle économique et de formation ✓ Le rôle de centre culturel régional est reconnu ✓ La mobilité est-ouest est améliorée ✓ Des investissements sont partagés ✓ Les besoins locaux et les services à la population sont identifiés et renforcés ✓ L'attractivité commerciale et sociale est renforcée ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le chef-lieu du district et l'unité du GdV est renforcée ✓ L'unité du GdV a été renforcée ✓ Les spécificités locales sont valorisées ✓ 	
1.1.4	Les présences de l'ARGdV et de ERT sont développées à différents endroits du Gros-de-Vaud		Communes, structures associatives	→ Des collaborateurs communaux ou membres de structures associatives ont été formés aux activités de l'ARGdV	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le rôle et les actions de l'ARGdV sont mieux reconnus ✓ Les projets locaux sont relayés à l'ARGdV 	
1.2 Améliorer l'offre et l'accessibilité des transports public						
1.2.1	Une enquête sur les habitudes de mobilité des habitants du Gros-de-Vaud a été réalisée	DGMR, transporteurs, communes	Communes, transporteurs	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Source d'information actualisée et exploitable ✓ Les différentes classes d'utilisateur sont segmentés (TP, vélo, voiture, VAE, piéton) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des données stratégiques pour le démarrage de projets de mobilité sont collectées. 	Mobilité

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
1.2.2	Des réseaux de mobilité urbains ont été étudiés	DGMR, communes	DGMR Communes	✓ Des possibilités de rabattement vers les commerces et/ou les infrastructures multimodales sont envisagées	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les commerces sont soutenus ✓ L'économie régionale est renforcée ✓ Le trafic allégé vers les centres a un impact sur l'environnement
1.2.3	Les projets de mobilités du périmètre OFS de l'agglomération Lausanne-Morges (PA 5) qui impactent le Gros-de-Vaud ont été identifiés.		DGMR, PALM, communes	✓ Les communes concernées bénéficient de ressources financières supplémentaires	✓ Le réseau de TP régional est renforcé
1.2.4	Les offres TP vers le Nord et vers l'agglomération Yverdonnoise ont été étudiées		DGMR, transporteurs, communes	✓ De meilleures cadences en TP vers Yverdon sont envisagées	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le Gros-de-Vaud se désenclave vers le nord ✓ La mobilité vers le GdV est améliorée
1.3 Déployer des solutions de mobilité d'entreprises					
1.3.1	Les opportunités de collaborations interentreprises pour des solutions de mobilités d'entreprises ont été identifiées		DGMR, entreprises, transporteurs	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les collaborations interentreprises sont améliorées ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le rôle de l'ARGDV est reconnu et renforcé ✓
1.4 Développer un concept régional de mobilités douces					

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
1.4.1	Un concept régional de mobilité douce en complément du réseau structurant cantonal a été étudié	DGMR	DGMR Communes Associations régionales ou schémas directeurs voisins	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sécurisation du trafic en MD ✓ Solutions alternatives répondant aux vœux de la population ✓ Solutions proposées pour la population en termes de mobilité douce 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mise en œuvre d'un réseau de MD cohérent à l'échelle du district autant pour les loisirs que le trafic pendulaire. ✓ Renforcement des activités sportives 	

B. Développer une économie de réseau

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
2.1 Appuyer l'émergence de projets collaboratifs						
2.1.1	Des projets de commercialisation digitale ont été analysés et soutenus	LADE, commerces, artisans	Commerces, artisans, producteurs	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des commerces se sont regroupés pour proposer des paniers de produits ✓ Les petits commerces sont revalorisés et promus 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La vie des centres est garantie ✓ L'économie des centres est renforcée 	Economie

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
2.1.2	Un partenariat de promotion de l'économie régionale avec le comptoir d'Echallens est conclu		ACRE, ARGdV, commune Echallens	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les charges de promotion sont bien définies ✓ Un partenariat à long terme est finalisé avec la cmne d'Echallens 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La pérennité du CRE est assurée ✓ L'économie régionale est reconnue et valorisée
2.1.3	Des processus d'échanges d'information ont été formalisés avec les agences immobilières, les organes de gestion et les communes	Agences immobilières, communes, LADE	Communes, organes de gestion, agence immobilière	→ La promotion des terrains ou locaux commerciaux disponibles est renforcée	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'accueil de nouveaux emplois est facilité ✓ Le ratio emplois/habitants est renforcé
2.2 Soutenir l'économie de proximité					
2.2.1	Les communes ont accueilli 1500 emplois hors ZA à l'horizon 2025		Communes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ le rôle de proximité et de soutien à l'économie a été pris en compte par les communes ✓ la vitalité des cœur de localité est assurée ✓ les ZA accueillent les emplois adaptés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'accueil de nouveaux emplois est facilité ✓ Le ratio emplois/habitants est renforcé ✓ Le recettes fiscales communales sont améliorées
2.2.2	Une analyse des commerces de proximités a permis de définir leurs besoins pour assurer leur pérennité économique et garantir une vitalité des cœurs de localités.	LADE	Associations de commerçants communes SPEI	✓ Une diversité des activités est assurée	✓ la vitalité des cœur de localité est complétée et renforcée

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
2.2 Soutenir le développement de la filière bois						
2.3.1	Des conseils techniques pour les maîtres d'ouvrage institutionnels ou privés ont été donnés	Bois-durable.ch, commission énergie	Bois-durable.ch, communes, SPEI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des options bois sont systématiquement étudiées 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des emplois durables sont assurés ✓ Du bois suisse est utilisés ✓ De la valeur ajoutée est développée dans le GdV 	Economie
2.3.2	Les maîtres d'ouvrage (communes, institutions) ont été incités à intégrer des critères de durabilité (construction bois, efficacité énergétique, entreprises locales, ...) lors des appels d'offres		Bois-durable.ch, communes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des systèmes constructifs en bois ont été installés ✓ Des entreprises innovantes ont valorisé leurs compétences. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ idem 	
2.4 Encadrer les entreprises						
2.4.1	Les entreprises membres de l'ARGdV ont été promues dans les médias locaux et/ou en vidéo		Entreprises membres ARGdV	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le rôle de promotion de l'économie de l'ARGdV locale est reconnu ✓ De nouveaux membres privés rejoignent l'association ✓ Les actions de soutien à l'économie sont reconnus et relayés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcement de l'image de l'ARGdV ✓ Renforcement du tissu économique du Gros-de-Vaud 	Economie

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
2.4.2	Huitante entreprises/sociétés ont rejoint l'ARGdV			→ Les liens de l'ARGdV avec les entreprises sont renforcés	→ Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud
2.4.3	L'ARGdV a accompagné les entreprises intéressées dans leurs démarches d'extension, de création, d'implantation ou de collaborations <u>Indicateurs</u> <ul style="list-style-type: none"> • Nbr d'entreprises conseillées • Type de demandes 	Innovaud, SPEI, communes, LADE		<ul style="list-style-type: none"> → Le rôle de guichet d'entreprises de l'ARGdV est reconnu → De nouvelles collaborations entre entreprises ont été mises en œuvre → De nouvelles entreprises sont installées dans le Gros-de-Vaud 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Stabilisation du ratio emplois/habitants du Gros-de-Vaud ✓ Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud
2.4.4	Un forum économique, des rencontres thématiques et de réseautage et/ou des visites d'entreprises ont été organisés	ACRE	Entreprises membres ARGdV et ACRE	<ul style="list-style-type: none"> → Les réseaux de chacun se sont renforcés → Les entreprises régionales sont mieux connues → Les échanges internes se sont développés → Des thématiques économiques d'actualités sont présentées 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Stabilisation du ratio emplois/habitants du Gros-de-Vaud ✓ Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud ✓ Renforcement de l'image de l'ARGdV

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
2.4.5	Un pool de compétences pour bénéficier d'appuis et conseils (fiduciaire, bancaire, juridique, RH..) à la création ou au développement d'entreprise a été créé		CODEV, entreprises	<ul style="list-style-type: none"> → Des entretiens/conseils avec des mandataires agréés ont été réalisés → Des conseils RH ou à la création d'entreprise ont été donnés. 	✓ idem	Economie
2.4.6	Des supports pour la promotion et la vulgarisation des appuis financiers ont été mis à jour et distribués		SPEI, CODEV	<ul style="list-style-type: none"> → Les aides publiques sont vulgarisées et mieux connues → Les communes peuvent orienter les porteurs de projet vers l'ARGdV 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcement du rôle de promotion économique de l'ARGdV ✓ Amélioration de la visibilité des actions de l'ARGdV 	
2.5 Soutenir la formation professionnelle						
2.5.1	Des cours AppApp ont été financés et l'orientation vers la formation duale améliorée.	GPA	DGEP, entreprises formatrices	<ul style="list-style-type: none"> → les entreprises formatrices trouvent des apprentis → les apprentis habitant ou travaillant dans le GdV bénéficient d'appuis à des coûts raisonnables → la réussite des apprentissages est renforcée 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Stabilisation du ratio emplois/habitants du Gros-de-Vaud ✓ Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud ✓ Renforcement de l'image de l'ARGdV 	Economie

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
2.5.2	Un concept de valorisation de la formation duale a été mis en œuvre avec les associations scolaires du Gros-de-Vaud et le centre de formation de la FVE			<ul style="list-style-type: none"> → Les entreprises formatrices sont mieux connues → Les places d'apprentissages des entreprises du GdV sont valorisées → Les liens entre l'orientation professionnelle et les entreprises sont renforcés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les formations CFC sont valorisées ✓ Le rôle de soutien à la formation de l'ARGdV est reconnu 	
2.6 Valoriser et promouvoir les ZA régionales et locales						
2.6.1	Un ou plusieurs organes de gestion (OG) ont été créés		Communes, entreprises	<ul style="list-style-type: none"> → Un OG pour la SAS de Vuflens-Aclens a été constitué → Un OG rassemble les ZAR inscrites dans le SGZA et met en œuvre les mesures prévues. → Les échanges avec les communes concernant les mouvements des entreprises sont renforcés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La stratégie régionale de gestion des zones d'activités est mise en œuvre ✓ Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud 	Economie
2.6.2	Une convention entre les communes et l'ARGdV permettant d'assurer la transmission des informations relatives aux mouvements des entreprises a été signée		Communes	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'organe de contrôle et de conseil (OCC) de l'ARGdV a pu monitorer les informations économiques liées aux activités des zones d'activités (SSDA, ZAR, ZAL) 	Idem	

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
2.6.3	Les mesures de gestion et de planification du SRGZA ont été mises en œuvre	LADE	Organe(s) de gestion des SAS et ZAR (commune territoriale, entreprises de la ZA, ARGdV)	<ul style="list-style-type: none"> → Les règlements de ZA ont été adaptés → Les entreprises ont été informées des possibilités de transformation de leurs bâtiments → Des plans de mobilités d'entreprises ont été engagés → La maîtrise foncière et la disponibilité des terrains est assurée → Les plans d'affectation et les permis de construire sont préavisés → Les projets d'implantation d'entreprises sont accompagnés → Des partenariats avec les milieux économiques sont encouragés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La densification des ZA permet l'accueil de nouveaux emplois ✓ Le ratio emplois/habitants est amélioré ✓ Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
2.6.4	L'ARGdV a accompagné les communes dans leurs actions de soutien à l'économie	LADE	Communes, entreprises, SPEI, DGTL	<ul style="list-style-type: none"> → Des bâtiments d'accueil d'entreprises adaptés aux besoins régionaux sont concrétisés → Des entreprises ont pu s'installer ou se développer → Des liens entre les autorités et les entreprises ont été renforcés 	<ul style="list-style-type: none"> → La densification des ZA permet l'accueil de nouveaux emplois → Le ratio emplois/habitants est amélioré → Renforcement de l'image et du tissu économique du Gros-de-Vaud
2.6.5	La base de données des ZA de l'ARGdV a régulièrement été mise à jour		Communes, DGTL	<ul style="list-style-type: none"> → Les ZA disponibles sont recensées et rapidement consultables ✓ Des réponses sont rapidement données aux demandeurs 	✓ idem

C. Valoriser les ressources locales

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
3.1 Soutenir l'agritourisme et promouvoir les produits régionaux						
3.1.1	Un espace terroir a été organisé chaque année au comptoir d'Echallens	DGAV, ACRE	ACRE, producteurs	<ul style="list-style-type: none"> → Les producteurs régionaux peuvent mettre leurs produits en valeur → Le comptoir d'Echallens élargit ses prestations 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amélioration de la notoriété des produits régionaux et de l'agriculture ✓ Augmentation de la valeur ajoutée pour les produits régionaux ✓ Amélioration des circuits courts 	Agriculture
3.1.2	L'ARGdV a organisé chaque année un stand au salon suisse des Goûts et Terroirs de Bulle	DGAV, ACRE	ACRE	<ul style="list-style-type: none"> → Des producteurs régionaux ont fait la promotion de leurs produits → L'OT a fait la promotion de ses activités → 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcement de la promotion de la région du Gros-de-Vaud ✓ Amélioration de la notoriété des produits régionaux et de l'agriculture ✓ Augmentation de la valeur ajoutée pour les produits régionaux 	

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
3.1.3	Une manifestation annuelle (La Fournée) de promotion de la filière du blé au pain est organisée	Moulin d'Echallens, DGAV, ASBP, entreprises	ASBP, Association Pain du GdV, Landi Echallens	<ul style="list-style-type: none"> → La filière du blé au pain est ancrée auprès de la population → Les produits de boulangerie et le musée du blé et du pain sont valorisés → Les fours à pain du district sont mis en valeurs 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amélioration de la notoriété des produits régionaux et de la filière céréalière ✓ Augmentation de la valeur ajoutée pour les produits régionaux
3.1.4	Une coordination de la promotion de l'agrotourisme et des produits des produits régionaux a été mise en place	SPEI, DGAV, Ofag	ASBP, Moulin d'Echallens, producteurs Porteurs de projets, PDRA	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les producteurs bénéficient d'une coordination régionale de la commercialisation des produits régionaux → De nouveaux projets de collaboration interentreprises sont en cours d'élaboration 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le Gros-de-Vaud se positionne comme le centre cantonal du blé et du pain ✓ Les liens entre le tourisme et la culture sont renforcés ✓ Renforcement de l'image de l'ARGdV ✓ Renforcement du tissu économique du GdV ✓ Les ventes de produits régionaux progressent ✓ Le rôle de l'ARGdV pour l'agritourisme est reconnu
3.2 Vulgariser et valoriser l'agriculture					

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
3.2.1	Les actions pertinentes de vulgarisation agricole ont été relayées	DGAV	DGAV, PDRA, Prométerre	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des liens avec les activités des commissions énergie et environnement et tourisme sont renforcés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les liens entre la population et l'agriculteur sont reconstruits ✓ L'image de l'agriculture est améliorée
3.2.2	Des événements liés à l'agriculture ont été organisés		Agriculteurs, prométerre	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des visites de ferme ou des conférences sur des thématiques particulières ont été organisées 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Idem
3.3 Accompagner les projets agricoles					
3.3.1	L'ARGdV a soutenu et accompagné les projets visant au développement des activités agricoles	SPEI, DGAV		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les entreprises qui favorisent une agriculture innovante ont été soutenues ✓ Des partenariats ont été recherchés entre les entreprises et les agriculteurs 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le rôle de coordination de la commission agriculture est reconnu ✓ Renforcement de l'image de l'ARGdV
3.3.2	Une fondation du blé au pain a été créée		AMBP, CdB, FBP	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Une seule association réunit les métiers de l'agriculture, la meunerie, la boulangerie et le chemin des blés ✓ Une plateforme d'information et de communication pour la filière du blé au pain est opérationnelle ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'association est la dépositaire de la Fête du Blé et du Pain, de sa marque ainsi que de ses droits de propriété intellectuelle ✓ Renforcement de la promotion de la filière du blé au pain

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
3.3.3	Le financement du projet d'Espace du blé et du pain est assuré	Ofag, DGAV, SPEI, Privés	ASBP, Communes,	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Un centre régional du blé et du pain est assuré ✓ Les activités du musée suisse du blé et du pain, un atelier de démonstration des activités de boulangerie et un espace Maison du Terroir sont assurés ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le Gros-de-Vaud se positionne comme le centre cantonal du blé et du pain ✓ L'Espace du blé et du pain est une véritable vitrine régionale et une offre touristique d'importance ✓ Le musée suisse du blé et du pain est modernisé et relancé
3.4 Développer la marque régionale					
3.4.1	Une déclinaison de la marque Gros d'Vaud est utilisée pour identifier les produits régionaux		PDRA, EBP, producteurs	<ul style="list-style-type: none"> → L'ARGdV a accompagné le développement de la marque pour la promotion des produits régionaux ✓ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'ARGdV reste le garant de la marque GdV
3.4.2	Une charte pour la reconnaissance des produits du GdV a été finalisée		PDRA, EBP, producteurs	<ul style="list-style-type: none"> → La qualité des produits du GdV est reconnue → L'utilisation de la signature de marque pour les produits est contrôlée 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'identité régionale est renforcée ✓ La visibilité de la marque fédère les producteurs et les habitants du GdV

D. Soutenir et renforcer les offres culturelles et touristiques

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
4.1 Coordonner les activités culturelles régionales						
4.1.1	Des collaborations ont été développées et renforcées avec les partenaires culturels du GdV (cinéma d'Echallens, musée, Cadratin, cinémathèque, Espace Culturel, AAV, ..)		Partenaires touristiques et culturels	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La visibilité d'ERT et des partenaires est renforcée ✓ Les réseaux de chacun sont renforcés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'économie touristique se développe dans le GdV ✓ La reconnaissance de ERT est renforcée 	
4.1.2	Organiser les besoins et adapter les ressources			<ul style="list-style-type: none"> ✓ Une stratégie de déploiement touristique est établie ✓ Les ressources nécessaires sont définies 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les rôles d'ERT et de l'ARGdV sont renforcés 	
4.2 Développer les outils de promotion touristique						
4.2.1	5 balades ont été développées chaque année pour l'application Be-Mobile		MRT	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renouvellement du type de randonneurs ✓ Mise en avant des POI 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Augmentation du nombre de visiteurs ✓ Valeurs ajoutées sur les itinéraires 	Echallens Région Tourisme (ERT)
4.2.2	Une adaptation numérique de la plaquette régionale a été réalisée			→ Promotion des activités et acteurs régionaux	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valorisation de l'économie touristique régionale 	
4.2.3	Le flux des informations nécessaires aux activités dans les communes a été organisé		Communes	<ul style="list-style-type: none"> → Mise en avant des manifestations culturelles, sportives et de loisirs → Le mémento est régulièrement publié 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Augmentation du nombre de participants, pérennisation des manifestations 	

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
4.2.4	Des outils de monitoring et de reporting des activités d'ERT ont été mis en place			→ Les statistiques de visites et de consultation des outils numériques sont facilement consultables et comparables d'une année sur l'autre	✓ Argumenter les effets de la promotion touristique auprès des communes	
4.2.5	4 à 5 capsules vidéo avec Nathalie Devantay de promotion des activités culturelles et touristiques ont été réalisées et diffusées chaque année		Partenaires vidéo, Acteurs culturels	→ Faire découvrir les aspects « culture » de la région → Les activités présentées sont valorisées	✓ Augmentation du nombre de visiteurs, meilleure visibilité	
4.2.6	La carte touristique régionale a été mise à jour et adaptée au numérique		Communes, prestataires, entreprises	→ Un document de promotion est disponible pour les événements de ERT	✓ Augmentation de la visibilité d'ERT	
4.3 Développer les activités touristiques						
4.3.1	Des balades thématiques avec lien économiques ont été développées (cheval, vélo, vtt, pédestre et B&B, resto, divers hébergements)			→ Mise en avant des POI le long des parcours	✓ Augmentation des retombées économiques et touristiques	ERT
4.3.2	Un parcours d'acrobranche en lien avec Gecko Escalade a été étudié et validé par les autorités cantonales		Gecko Escalade, SPEI	→ Faire connaître la région sous un autre aspect → Nouvelle offre régionale	✓ Attirer des nouveaux visiteurs	

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
4.3.3	De nouvelles infrastructures et hébergements touristiques ont été créés	LADE	SPEI	<ul style="list-style-type: none"> → Les porteurs de projets intéressés par le développement d'infrastructures et d'hébergements touristiques ont été accompagnés → Le nombre de nuitées dans le GdV ont augmenté 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les visiteurs passent plus de temps dans la région ✓ Le rôle de ERT est reconnu 	
4.3.4	Des événements de réseautage pour les partenaires de l'OT ont été organisés chez les prestataires touristiques et culturels régionaux			<ul style="list-style-type: none"> → Les activités des différents partenaires ont été valorisés → La compréhension des besoins des partenaires ont été partagés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mise en avant des services de l'OT 	
4.4 Renforcer la promotion endogène et exogène des offres touristiques et culturelles régionales						
4.4.1	Echallens Région Tourisme a promu et soutenu les manifestations touristiques et culturelles locales, régionales et d'envergure suprarégionale		Association et acteurs locaux	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La diversité des offres en manifestations régionales est assurée 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Création et pérennisation d'une offre culturelle forte 	ERT
4.4.2	Echallens Région Tourisme gère les visiteurs du Musée Suisse du Blé et du Pain	Association du Musée du Blé et du Pain (AMBP)	AMBP	<ul style="list-style-type: none"> → L'accueil des visiteurs du Musée Suisse du Blé et du Pain est assuré → Les horaires d'ouvertures d'ERT sont allongés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le rôle de ERT est reconnu et renforcé 	

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
4.4.3	Les communes et les entreprises du Gros-de-Vaud ont été informées des offres touristiques régionales et des prestations de ERT (sortie d'entreprise, ..)		Membres ARGdV, entreprises	<ul style="list-style-type: none"> → Les offres touristiques et culturelles régionales sont valorisées → Le nombre de clients potentiels est augmenté 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Amélioration de la visibilité de l'offre régionale ✓ De nouveaux contacts sont créés pour le financement de projets
4.4.4	Echallens Région Tourisme a été présent dans des foires, marchés ou manifestations régionales ou dans les régions partenaires			<ul style="list-style-type: none"> → Les offres touristiques et culturelles régionales sont valorisées 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Augmentation du nombre de visiteurs ✓ Amélioration de la visibilité de l'offre régionale ✓ Le rôle de ERT est reconnu et renforcé
4.4.5	Des partenariats ont été renforcés avec les OT voisins de Lausanne, Moudon, Yverdon, Cossonay-Morges et Estavayer-le-Lac		Moudon RT, Yverdon RT, Yvonand RT, Lausanne RT	<ul style="list-style-type: none"> → Les offres touristiques et culturelles régionales sont valorisées → 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La circulation des visiteurs entre les régions est améliorée ✓ Les atouts de chacun sont partagés

E. Appuyer la transition énergétique et préserver l'environnement

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
5.1 Diminuer la consommation d'énergie et augmenter la part d'énergies renouvelables						
5.1.1	Les visioconférences et le covoiturage ont été favorisés lors des séances de la commission énergie	-	Personnes concernées	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'utilisation du temps pour les participants aux séances est plus efficiente et les déplacements limités. 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Limitation des déplacements ✓ Réduction des émissions polluantes 	
5.1.2	Des séances d'informations et/ou des ateliers sur les enjeux de la transition énergétique ont été réalisées	DGE-DIREN	Communes, entreprises, population	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les communes ont été sensibilisées aux enjeux de la transition énergétique ✓ Les maîtres d'ouvrage (communes, institutions) ont été incités à intégrer des critères de durabilité (efficacité énergétique, entreprises locales, ...) lors des appels d'offres 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valoriser le rôle et les compétences de la commission énergie et environnement ✓ Exemplarité dans les procédures d'adjudication ✓ Favoriser les entreprises locale 	
5.2 Lutter contre le changement climatique						
5.2.1	L'intérêt du plan énergie et climat communal (PECC) a été communiqué	-	Communes	<ul style="list-style-type: none"> → Les communes ont été informées et orientées pour la mise en place et le suivi d'un PECC → Le regroupement des communes a été encouragé → La mise en œuvre des PECC a été facilitée 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Réduire les coûts d'étude des différents acteurs ✓ Valoriser le rôle de l'ARGdV et de la commission 	Energie

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
5.2.2	Des solutions concernant les réductions des émissions de CO2 ont été compilées et promues	DGAV, DGE-DIREN ?	Agriculteurs, entreprises	→ Les entreprises et les agriculteurs ont été informés solutions envisageables pour réduire les émissions de CO2	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Valoriser le rôle de la commission énergie et environnement ✓ Mise en œuvre du plan climat VD ✓ Réduction de la production de CO2 	
5.3 Préserver et renforcer la biodiversité						
5.3.1	Des fiches de bonnes pratiques concernant la préservation de la biodiversité ont été documentées et publiées	Services d'Etat concernés	Communes, population	<ul style="list-style-type: none"> → Les acteurs concernés ont été sensibilisés → Des mesures concrètes ont été mises en œuvre 	✓ Préservation de la biodiversité	Environnement

F. Consolider la cohésion régionale

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
6.1 Soutenir les activités de la jeunesse						
6.1.1	Les besoins des communes en matière de gestion des incivilités ont été recensés	Subventions PEJ	Communes, CVAJ	<ul style="list-style-type: none"> → Les bonnes pratiques entre communes ont été partagées → Les communes concernées ont envisagé l'opportunité d'engagement partagé d'un travailleur social de proximité 	✓ Aider les communes à gérer les incivilités et à intégrer la jeunesse	Environnement

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
6.1.2	Les actions de soutien aux activités pour la jeunesse ont été recensées et promues	Subventions PEJ	Communes, CVAJ	<ul style="list-style-type: none"> → Les besoins à l'échelon régional ont été identifiés et communiqués → Des prestations personnalisées ont été envisagées par secteur 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Pouvoir faire face aux attentes et obligations des communes vis-à-vis de leur population « Jeunes »
6.2 Soutenir, promouvoir et renforcer la réalisation d'infrastructures sportives et de mixité sociale					
6.2.1	Un nouvel espace à destination des étudiants et des nouveaux habitants a été étudié à Echallens		Communes Echallens, LEB, associations diverses	<ul style="list-style-type: none"> → Un nouveau lieu vivant à mixité sociale et intergénérationnel rassemble la population d'Echallens et des environs → L'économie locale se développe et se diversifie (commerces, restaurants, coworking, ..) 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La cohésion régionale est renforcée ✓ Le rôle de centre régional d'Echallens est renforcé
6.2.2	La base de données des sociétés ou clubs sportifs régionaux a été mise à jour et promue	SEPS	Associations	<ul style="list-style-type: none"> → La visibilité des clubs sportifs régionaux est renforcée → L'offre régionale est valorisée 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Promotion du sport et des sociétés locales régionales ✓ Valoriser le rôle de l'ARGdV et de la commission

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
6.2.3	Les communes ont été accompagnées lors de leurs projets d'infrastructures sportives d'intérêt régional	Fonds ARGdV, LADE, SEPS	Communes	<ul style="list-style-type: none"> → Les bonnes pratiques ont été partagées → Une coordination des projets a été organisée → Des aides au financement ont été proposées → Les besoins spécifiques pour l'organisation de manifestations sportives d'intérêt cantonal ou national ont été intégrés dans les infrastructures publiques 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcer l'attractivité des communes et de leurs centres ✓ Promotion du sport et des sociétés locales régionales ✓ Améliorer la visibilité régionale en organisant des événements d'importance suprarégionale 	

G. Renforcer la gouvernance, la communication et une identité régionale forte

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
7.1 Adapter l'organisation, les ressources et les compétences internes						
7.1.1	La conférences des présidents est opérationnelle		Présidents de commissions thématiques et/ou Adhoc	<ul style="list-style-type: none"> → Le rôle de ce groupe d'appui est précisé → Un soutien est apporté à l'équipe de direction pour l'organisation du programme annuel et le développement de projets 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le fonctionnement de l'ARGdV est amélioré ✓ La priorisation des axes de développement sont partagés 	Secrétariat

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
7.1.2	L'équipe de direction est constituée			<ul style="list-style-type: none"> → Une suppléance de la direction de l'ARGdV est assurée → Les échanges entre l'ARGdV et ERT sont renforcés → Les cahiers des charges des collaborateurs sont adaptés 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Le fonctionnement de l'ARGdV est assuré
7.1.3	Les ressources nécessaires à la coordination du soutien aux acteurs des prestations culturelles ont été adaptées		Prestataires, ERT	<ul style="list-style-type: none"> → Un agenda partagé des événements est créé → Une coordination des besoins des prestataires culturels est assurée (organisation, financement, infrastructures, moyens techniques et communication). 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les prestations culturelles régionales sont valorisées ✓ Les rôles de l'ARGdV et de ERT sont valorisés
7.1.4	Les ressources nécessaires au suivi de la mise en œuvre du SGZA sont assurées	LADE		<ul style="list-style-type: none"> → La gestion et les activités des OG est garantie → Le suivi des mouvements des entreprises dans les communes est assuré → Les mesures et actions des commissions économie et territoire & mobilité sont coordonnées 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Renforcement des tâches de développement économiques de l'ARGdV ✓ L'accueil de nouveaux emplois est facilité ✓ Renforcement de la visibilité et du rôle économique de l'ARGdV

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
7.1.5	Un fonds d'investissement régional a été constitué	Communes, SPEI	Communes, entreprises	→ L'ARGdV peut participer au financement d'infrastructures d'importance régionale	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Des projets d'importances peuvent se réaliser ✓ L'identité régionale est renforcée 	
7.1.6	Des groupes de travail ad-hoc ont été organisés pour les projets stratégiques ou intersectoriels		Collaborateurs, membres des commissions	→ La coordination entre les thématiques est améliorée	✓ L'atteinte des objectifs stratégiques est facilitée	
7.2 Développer l'utilisation et promouvoir la marque Gros d'Vaud						
7.2.1	La marque Grosd'Vaud est régulièrement utilisée par les communes et les entreprises partenaires		Communes, membres privés	<ul style="list-style-type: none"> → Les communes et les membres privés se reconnaissent dans les valeurs de la marque → La marque Gros d'Vaud devient le porte-parole de la région → La marque Gros d'Vaud est le référent territorial, fédère et propage une image positive et stimulante de la région 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'identité des acteurs publics, économiques, touristiques et culturels du Gros-de-Vaud est renforcée ✓ L'image et les activités de l'ARGdV sont renforcées 	Secrétariat
7.2.2	La marque Grosd'Vaud est déclinée et utilisée pour une promotion des produits de la région	SPEI	Pain du GdV, producteurs, SPEI	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Les producteurs bénéficient d'une marque régionale qui regroupe et valorise les produits régionaux ✓ La marque Gros d'Vaud fédère les producteurs 	✓ Le Gros-de-Vaud se démarque et valorise ses producteurs	

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
7.2.3	Les identités visuelles de l'ARGdV et d'Echallens Région Tourisme ont été uniformisées		Collaborateurs, communes, membres privés	<ul style="list-style-type: none"> → Les signatures mails, un template de courrier et des cartes de visites aux couleurs de la marque ont été créées → Un kit d'utilisation de la marque est à disposition pour les communes et les membres privés ✓ Les logos de l'ARGdV et de ERT ont été adaptés à la marque 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'identité visuelle de l'ARGdV est simplifiée ✓ Les liens entre ERT et l'ARGdV sont compréhensibles 	
7.2.4	La marque Gros d'Vaud est visible à chaque entrée dans le Gros-de-Vaud		Collaborateurs,	<ul style="list-style-type: none"> → La visibilité de la marque s'étend → Les conducteurs de véhicule visualisent régulièrement la marque 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ L'image et les activités de l'ARGdV sont renforcées ✓ L'identité visuelle de l'ARGdV est renforcée 	
7.3 Pérenniser la communication et la communication numérique						
7.3.1	Un plan de communication annuel est validé et appliqué			<ul style="list-style-type: none"> → La communication des actions de l'ARGdV et de ERT est précisée et différenciée → La communication des événements réguliers de l'ARGdV sont planifiés → Des news letters sont planifiées → L'avancement des projets est communiqué 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ La visibilité de l'ARGdV et d'ERT est améliorée ✓ Le financement de l'ARGdV est assuré ✓ Les prestations de l'ARGdV et d'ERT sont valorisées 	Secrétariat

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>	
7.3.2	Les abonnés des pages des réseaux sociaux de l'ARGdV et d'ERT partagent les posts et les vidéos de promotion		Communes, membres privés, tout public	<ul style="list-style-type: none"> → Le nombre d'abonnés et de partage ont augmenté → Les destinataires des informations de l'ARGdV et de ERT sont augmentés → Le nombre de membres privés a augmenté 	✓ L'image et la connaissances des activités de l'ARGdV et d'ERT sont renforcées	
7.3.3	Un monitoring des réseaux sociaux et du site internet a été développé		Prestataire externe ?	→ Les statistiques de visites et de consultation des RS sont facilement consultables et comparables d'une année sur l'autre	✓ Argumenter les effets de la promotion touristique auprès du comité et des communes	
7.3.4	Les sites internet de l'ARGdV et d'Echallens Région Tourisme ont été mis à jour		Communes, membres privés, tout public	<ul style="list-style-type: none"> → La visibilité des activités et des actualités est augmentée → Le déploiement de la marque est renforcé 	✓ L'image, l'identité et les activités de l'ARGdV sont renforcées	
7.4 Valoriser les membres et les actions de l'ARGdV						
7.4.1	Des mérites du Gros-de-Vaud ont été régulièrement attribués		Communes, membres privés, tout public, associations et clubs sportifs	<ul style="list-style-type: none"> → Les personnes, équipes, entreprises, associations ou autres du Gros-de-Vaud qui se sont distinguées de façon méritoire ont été récompensées chaque année → 	✓ L'image, l'identité et les activités de l'ARGdV sont renforcées	Secrétariat

	<i>Produit, prestation de l'ARGdV</i>	<i>Ressources financières Politiques publiques</i>	<i>Exécution et partenaires de l'ARGdV</i>	<i>Effets escomptés sur les groupes cibles</i>	<i>Impact général</i>
7.4.2	Des manifestations ont été soutenues pour renforcer l'image de l'ARGdV		Communes, membres privés, tout public, associations et clubs sportifs	→ Les personnes, les associations à but non lucratif membre ou non membre de l'ARGdV, les collectivités publiques membre ARGdV, les sociétés et autres organismes publics ou privés qui répondent aux critères d'attributions ont été soutenues dans l'organisation de leur manifestation	✓ L'image, l'identité et les activités de l'ARGdV sont renforcées
7.4.3	Des informations ont régulièrement été transmises aux communes qui éditent des journaux communaux		Communes, habitants	→ Les lecteurs des journaux communaux sont informés des projets et activités de l'ARGdV et de ERT	✓ L'image, l'identité et les activités de l'ARGdV sont renforcées

Comparaison des financements des organismes régionaux Vaudois

<u>Année de référence 2023</u>	ETP- équivalents plein temps - de l'organisme régional pris en considération pour le calcul de la subvention	Participation des communes et des privés au fonctionnement de la Région, en francs par habitant	Participations des membres privés
Promove (Vevey-Montreux)	4.7	6.30	Entre 250.- et 1'500.- selon le nombre de collaborateurs
Nyon Région	11.3 (12.4 fin 2023)	25.-	Néant
ARCAM (Cossonay-Morges)			
ARGdV	3.2	8.- (+ 2.- pour le tourisme)	25.-/collaborateurs, minimum 50.- / max 600.-
ADAEV (Vallée de Joux)	1.8	<p><u>Communes</u> : 9.70/hab de résidence + CHF 6.90 par frontalier dès la perception d'un impôt</p> <p><u>Villages</u> : CHF 2.40/hab de résidence</p> <p><u>S.I.C.</u> : CHF 2.75 par personne occupée dans les sociétés membres</p>	<p><u>Membres collectifs</u> :</p> <p>Entreprises jusqu'à 10 pers. CHF 278.30</p> <p>Entreprises de 11 à 50 pers. CHF 556.60</p> <p>Entreprises dès 51 pers. CHF 847.-</p> <p><u>Membres individuels</u> : CHF 36.30</p>
ADNV (Nord Vaudois)	8.4	10.- (+12.- pour le tourisme)	
Pays-d'Enhaut Région	2.6	15.-	
Lausanne Région	5.5	<p><u>Communes hors périmètre compact PALM</u> : CHF 7.63/hab</p> <p><u>Communes du périmètre compact PALM</u> : CHF 8.08/hab</p> <p><u>Lausanne</u> : CHF 7.08/hab</p>	
COREB (Broye FR et VD)			

Chablais Région	7.0	9.- communes VD 3.- communes VS	
-----------------	-----	------------------------------------	--

Commentaires :

Promove : 4.- pour les villages, 7.- pour les villes (6.3 en moyenne pondérée)

ADNV : Les cotisations économiques sont calculées en fonction de 1) 50% nombre d'habitants et 2) 50% revenu fiscal de la commune. Ça donne environ CHF 10/habitant en moyenne non pondérée. Moyenne non pondérée pour le tourisme, environ CHF 12/habitant, sachant que ce sont les 7 communes centre qui paient le plus. 70% des communes ne paient que 1.20/habitant

Glossaire

ACRE	Association du Comptoir Régional d'Echallens
ADAEV	Association pour le développement des activités économiques de la Vallée de Joux
ADNV	Association de la Région du Nord Vaudois
AMBP	Association du Musée du Blé et du Pain
ARCAM	Association de la Région Cossonay-Aubonne-Morges
ARGdV	Association de la Région du Gros-de-Vaud
AVIC	Association Vaudoise pour la défense de l'infrastructure Indispensable au Cheval
CODEV	Coordination du Développement Economique Vaudois (autres associations régionales)
COREB	Communauté régionale de la Broye
CVAJ	Centre vaudois d'aide à la jeunesse
DGAV	Direction générale de l'agriculture, de la viticulture et des affaires vétérinaires
DGE	Direction Générale de l'Environnement
DGEP	Direction générale de l'enseignement postobligatoire
DGMR	Direction Générale de la Mobilité et des Routes
DGTL	Direction Générale du Territoire et du Logement
DIREn	Direction de l'Energie
EBP	Espace du Blé et du Pain
ERT	Echallens Région Tourisme
FBP	Fête du Blé et du Pain
GPA	Groupement Pour l'Apprentissage
GPA	Groupement Pour l'Apprentissage
LADE	Loi cantonale sur l'Appui au Développement Economique
LEB	Chemin de fer Lausanne Echallens Bercher
LPR	Loi fédérale sur la Politique Régionale
Ofag	Office fédéral de l'agriculture
OG	Organe de Gestion
PALM	Projet d'Agglomération Lausanne-Morges
PDCn	Plan Directeur Cantonal
PDRA	Plan Développement Régional Agricole
PECC	Plan énergie et climat communal
PEJ	Politique de l'enfance et de la jeunesse
Promove	Promotion économique Riviera-Lavaux
SDNL	Schéma Directeur du Nord Lausannois
SEPS	Service de l'éducation physique et du sport
SGZA	Système de Gestion des Zones d'Activités
SPEI	Service de la Promotion Economique et de l'Innovation